ズーム
ZOOM
JAPON
www.zoomjapon.info
gratuit numéro 84 - octobre 2018

Spécial Saké

Laura Liverani pour Zoom Japon



EDITORIAL Santé !



Après les mangas, les animé et la cuisine, le Japon souhaite désormais exporter son saké. Alors que la consommation de cette boisson ne cesse de baisser dans l'archipel, les autorités cherchent de nouveaux débouchés, notamment en Europe où plusieurs chefs ont su mettre à profit les subtilités de ce breuvage brassé depuis des siècles. De leur côté, les producteurs défendent avec ardeur un savoir-faire ancestral et tentent également de trouver des moyens pour redonner le goût du saké aux plus jeunes générations nippones. C'est ce que nous avons voulu vous proposer dans ce numéro entièrement consacré à la boisson des Dieux.

La Rédaction
courrier@zoomjapon.info

LE REGARD D'ERIC RECHSTEINER

Brasserie des îles Gotô, préfecture de Nagasaki



© Eric Rechsteiner

M. Tateishi, président de la Chambre de Commerce de Tomie, présente fièrement une bouteille de Tôraku (島楽) le seul saké produit sur les îles Gotô qu'il a très largement contribué à créer. Cette boisson est, bien évidemment, produite avec du riz cultivé localement et elle a la particularité d'utiliser de la levure de camélia, plante symbole des îles. Cette dernière est principalement utilisée dans la production d'huile.

23 481 000

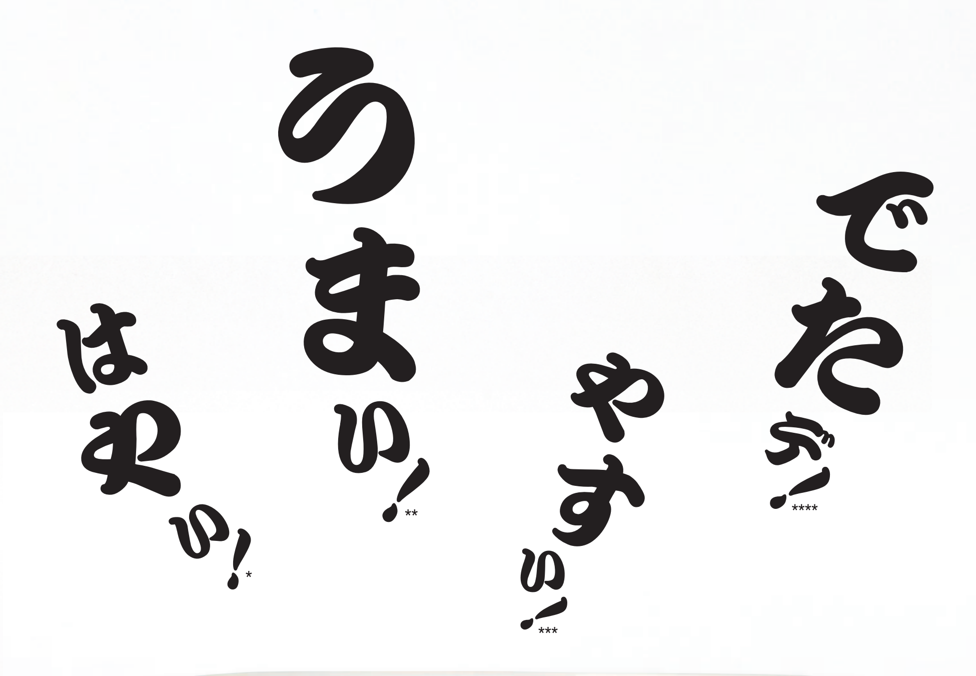
Tel est le nombre de litres de saké que le Japon a exportés en 2017, soit une augmentation de 19 % par rapport à l'année précédente. Les Etats-Unis sont les principaux importateurs avec 25 % du total. Viennent ensuite la Corée du Sud, la Chine et Taïwan où le nombre de restaurants japonais est en forte hausse.

MARCHÉ Les sakés cashers gagnent du terrain

Produit à base d'eau et de riz, le saké est facilement adaptable pour répondre aux exigences liées à la religion judaïque. Depuis le milieu des années 2000, plusieurs brasseries ont adopté les règles pour produire des sakés cashers, notamment à destination des Etats-Unis. Parmi elles, Kikusui, basée dans la préfecture de Niigata, au nord-ouest de Tôkyô, a vu ses ventes de saké casher augmenter de 20 % d'année en année.

IMITATION Un saké "Made in New York"

Alors qu'il existe déjà une quinzaine de brasseries de saké aux Etats-Unis, la ville de New York vient d'enregistrer la naissance de Brooklyn Kura, le premier producteur implanté dans la cité de la côte est, avec à sa tête, Brian Polen. Ce dernier veut répondre à une demande en progression de 8% par an. Pour sa première cuvée, il devrait produire quelque 3 600 bouteilles.





**En quelques minutes,
goûtez aux fameuses nouilles UDON
de chez Kunitoraya.**

*C'est rapide ! Seulement avec de l'eau bouillante.
**C'est très bon ! Parce que c'est Kunitoraya.
***De plus, ce n'est pas cher ! En vente chez Kioko.
****Enfin disponible.


www.kunitoraya.com



www.kioko.fr



Laura Liverani pour Zoom Japon

Le célèbre logo de la brasserie Kenbishi fondée en 1505.

Kenbishi, l'âme du saké

Figurant parmi les plus anciennes brasseries de l'archipel, elle s'efforce de préserver les modes de production traditionnels.

Kenbishi n'est pas qu'un simple nom de brasserie de saké. Fondée en 1505, c'est historiquement l'une des plus anciennes, et l'une des plus connues du Japon. Des tonneaux portant sa marque sont souvent dessinés dans des scènes d'Edo, des estampes signées Utamaro, Hiroshige ou Kuniyoshi, et le nom de Kenbishi apparaît aussi dans les pièces de théâtre kabuki. L'histoire rapporte que les célèbres 47 samouraïs ont bu du Kenbishi avant de commencer leur vendetta pour venger la mort de leur daimyô ASANO Naganori condamné injustement au suicide rituel. Bien que située à l'Ouest, cette marque a été l'une des préférées des gens d'Edo, au point presque de devenir le synonyme de "saké", et accompagne ainsi l'histoire culinaire de l'époque. La marque possède d'ailleurs d'importantes archives et continue de collectionner les documents concernant l'histoire de Kenbishi.

Depuis, la brasserie a toujours conservé le même logo (ce fut la première à inventer la notion de "logo") et continue de proposer cinq cuvées, ce qui est fort peu au regard de sa capacité de production de 3 500 000 bouteilles magnum de 1,8 litre par an. Elle est réputée pour ne pas sortir de nouveautés ni d'autres variétés de cuvées : c'est son principe. Kenbishi est assez unique dans le sens où c'est une brasserie de grande taille qui propose des cuvées à des prix abordables sans pour autant être industrielle, préservant la méthode traditionnelle Yamahai, selon laquelle la fermentation se fait naturellement grâce aux levures indigènes et aux "lactobacilles" présents dans l'air, ce qui nécessite un grand temps de préparation.

Mais, à l'heure où le monde du saké se réjouit de l'intérêt des pays étrangers et de l'apparition de nouveaux types de sakés conçus par des producteurs de la nouvelle génération, cette brasserie a-t-elle une nouvelle vision, une proposition de

"saké XXIe siècle", après plus de cinq cents ans d'histoire ? Ne souffre-t-elle pas d'une image un peu vieillotte de "saké d'une autre génération" ?

"Non !", répond tout net l'actuel patron de la marque, SHIRAKASHI Masataka , avec un sourire calme. *"La devise que nous avons toujours respectée de génération en génération est 'il faut être une montre arrêtée'. Le goût ne cesse de changer selon les époques. Si on court après un goût à la mode, on devient une montre toujours en retard, qui ne donne jamais l'heure correcte. En revanche, quand on est une montre arrêtée, le temps vient vers elle sans faute, deux fois par jour."*

Le goût de Kenbishi a un contour net. Kenbishi pourrait être le modèle des sakés de Nada, réputés être "sakés masculins" à cause de l'eau fortement minéralisée de la région. Toutes les cuvées, avec chacune une nuance différente, partagent un goût profond en *umami*, complexe et puissant, mais jamais lourd grâce à sa droiture métallique. Une fois dégusté, il laisse un goût inoubliable, au point de pouvoir le reconnaître même lors d'une dégustation à l'aveugle. Ce n'est pas un goût qui cherche à plaire à tout le monde, mais qui a beaucoup de fans fidèles, de père en fils.

"C'est ce goût que nous voulons perpétuer. Et notre fabrication est entièrement conçue pour fournir toujours le même saké à nos clients. Nous n'utilisons pas les méthodes traditionnelles pour 'faire traditionnel'; mais nous faisons tous les efforts possibles si un outil traditionnel nous est nécessaire à la préservation du goût de Kenbishi", affirme SHIRAKASHI Masataka. Effectivement, la visite de cette brasserie aura été l'une des plus uniques. Elle comptait huit caves autrefois, mais sept se sont écroulées lors du tremblement de terre de Hanshin-Kôbé en 1995, qui a coûté la vie à quatre membres du personnel. Depuis, Kenbishi a reconstruit trois caves sur le même terrain, et dans ces quatre caves, quatre *tôji* (maître chai) et cent personnes au total travaillent d'octobre à avril, pendant la saison de fabrication du saké.

De l'extérieur, les immenses bâtiments récents en béton nous intimident presque, nous évoquant une usine. Mais à l'intérieur, on aperçoit des grands et petits tonneaux en bois, on sent l'odeur du *kakishibu*, l'extrait de kaki amer traditionnellement utilisé comme enduit pour imperméabiliser et conserver le bois. Lors de notre visite, les employés profitaient d'être hors saison pour entretenir les outils servant à la fabrication. Sur la terrasse, des poissons sèchent dans un panier. *"Les membres du personnel qui prennent leur repas sur place les préparent eux-mêmes"*, explique SHIRAKASHI Masataka. Un peu comme si cette grande boîte moderne renfermait un atelier artisanal. Alors que dans une brasserie



Laura Liverani pour Zoom Japon

Le matériel en bois reste largement privilégié chez Kenbishi.

de taille équivalente, seule une quarantaine de personnes en moyenne sont nécessaires, chez Kenbishi plus du double y est employé. *"Notre brasserie est relativement de grande taille, mais ce ne sont pas les machines qui font le travail, ce sont nos artisans qui rendent possible la méthode traditionnelle."*

D'ailleurs, le choix de chaque matériel est étayé par une logique claire. Si, pour faire cuire le riz, ils ont préféré garder les grands tonneaux en bois, c'est parce qu'après avoir comparé avec des tonneaux en métal, ils ont trouvé le résultat meilleur. En revanche, les tonneaux pour préserver le saké sont en métal, car ils estiment qu'avec ceux en bois, le risque de problèmes d'hygiène est plus élevé et qu'il n'apporte aucune amélioration au goût. Mais ils continuent d'utiliser les tonneaux en bois pour contrôler la température pendant la fermentation du *shubo*, la "matrice du saké", car le changement de température y est doux, contrairement au métal où il peut être brutal. Dans la chambre à *kôji*, ce lieu où l'on prépare le champignon *kôji*, indispensable à l'étape essentielle de la fermentation du saké,


Laura Liverani pour Zoom Japon

A la tête de l'entreprise, Shirakashi Masataka défend avec force une approche très ancrée dans la tradition.

les plateaux sur lesquels est étalé le riz cuit à la vapeur sont de petite taille, afin que les artisans puissent les déplacer facilement à la moindre évolution des spores. Une opération primordiale, car ils n'utilisent pas de système électrique de chauffage pour le contrôle de la température dans cette chambre. *"En général, cette taille de plateau est utilisée seulement pour les cuvées spéciales chez les autres producteurs, car cela demande beaucoup de soin. Mais si nous avons décidé d'engager davantage de personnels, c'est justement pour pouvoir apporter ce soin particulier à toutes nos cuvées, sans exception"*, assure Shirakashi Masataka.

Ils ne proposent pas non plus de *namazake*, les cuvées "crues", des sakés sans pasteurisation, très tendance ces derniers temps pour la fraîcheur de leur goût. *"Les namazake sont bons et je ne suis pas contre cette mode. Mais si tout le monde se met à produire un saké bon à boire tout de suite, nous allons perdre cette capacité à imaginer un saké qui sera meilleur dans un ou deux ans. Certes, la pasteurisation fait perdre ce parfum frais, en revanche l'umami augmente. Notre saké est conçu pour que son goût s'améliore avec le temps. Nous le conservons en général deux ou trois ans avant la mise en bouteille, en mélangeant les millésimes pour donner de la complexité au goût. Nous avons même un millésime d'il y a trente-cinq ans : nous le goûtons chaque année pour vérifier et déterminer le moment de le commercialiser, mais chaque année, on se dit qu'il a encore une marge d'évolution"*, note la patron de Kenbishi. Ce point de vue sur la longue durée qui est en même temps un investissement, Kenbishi le met aussi en œuvre dans la préservation de ses outils. Car il faut s'assurer d'avoir toujours des artisans capables de les fournir. Seul un artisan d'Ôsaka sait produire les grands tonneaux. Lorsque Shirakashi Masataka a appris qu'il allait fermer son atelier en 2020, il a envoyé deux employés de sa brasserie désireux d'apprendre les secrets de fabrication se former auprès de lui, et a construit un atelier de confection de tonneaux à côté de la cave, afin de pouvoir continuer à les utiliser. Pour les petits tonneaux, il a officiellement engagé l'artisan qui les fournissait, et lui a demandé de travailler dans son atelier pour y enseigner la fabrication.

Cet atelier va désormais non seulement fournir les outils pour Kenbishi, mais vise aussi dans l'avenir à répondre aux commandes d'autres producteurs voulant se les procurer. Il a fait l'acquisition d'une machine à faire des nattes de paille à partir d'épis de riz, afin d'en entourer les tonneaux de saké qui serviront d'offrandes dans les temples. Partout au Japon, ces nattes de paille sont aujourd'hui remplacées par celles en plastique. Shirakashi Masataka dit avoir longuement hésité avant d'introduire cet outil, car il ne concerne pas directement le goût du saké. *"Pour faire offrande aux Dieux du saké, il faut que le saké soit décoré d'épis de riz, sinon avec le plastique, cela devient une offrande au Dieu du pétrole. Cela compliquerait la vie de nos Dieux, n'est-ce pas ?"* ajoute-t-il en plaisantant.

Cet atelier de confection des outils rappelle ce que Imada Miho (voir pp. 8-10), femme *tôji*, nous a confié. Elle ne cache pas l'admiration qu'elle porte à ces maîtres chais d'une autre génération qui possédaient un savoir global sur l'univers du saké : ils savaient cultiver le riz (beaucoup d'entre eux étaient agriculteurs), tresser les nattes d'épis de riz, réparer les tonneaux, les toits de la cave… Aujourd'hui, le monde du saké est également touché par la spécialisation, mais elle explique que si, par exemple, l'on devait faire un saké à partir de rien, ces *tôji* d'antan en auraient été capables.

Contrairement à ce que l'on pense, si les petits producteurs artisanaux de saké ne peuvent plus

s'occuper de ces domaines, c'est par manque de temps et de moyens. Les outils en bois et les nattes d'épis de riz, ils doivent parfois y renoncer avec regret. Seules quelques grandes brasseries, soucieuses de la transmission de la tradition, ont la capacité d'engager du personnel supplémentaire afin que ces savoirs puissent perdurer. Le cas de Kenbishi est exemplaire.

"On me propose d'acheter des forêts et d'y faire pousser nos propres bambous qui serviront à fixer ces tonneaux en bois… Ce serait l'autarcie complète. Mais sans aller jusque-là, je voudrais bien développer une section pour cultiver nos propres riz. Comme vous avez pu le constater, si nous fabriquons nos outils nous-mêmes, c'est par nécessité, sinon nous risquons de ne plus avoir d'artisans possédant ces savoir-faire. C'est la même chose pour le riz : les agriculteurs avec qui nous avons des contrats sont âgés. Le riz pour le saké est plus difficile à cultiver et demande plus de soins et de travail manuel. Si on laisse la situation telle quelle, on sera bientôt en manque de riz destiné au saké. Monter une structure pour cultiver son propre riz est à la fois le moyen de s'assurer de la quantité et de la qualité du riz, pour lequel nous avons déjà acquis une licence de contrôle depuis quelques années et ce, afin de préparer le terrain, mais aussi d'assurer la vie des artisans qui viennent ici six mois par an. Chez nous, les artisans n'ont pas d'âge limite pour la retraite, ils peuvent travailler tant qu'ils le souhaitent et qu'ils en sont capables. Mais si les six autres mois de l'année, ils pouvaient cultiver du riz, ce serait un moyen de leur garantir une sécurité financière, et notre brasserie serait une structure autonome en ce sens… Encore un rêve de plus…", estime SHIRAKASHI Masataka, avec un sourire malin. Mais ceux qui ont vu tous ses efforts pour maintenir ces savoir-faire savent que ce n'est pas seulement un rêve, mais plutôt un projet concret et prometteur à venir.

Après la visite, c'est tout naturellement que l'on comprend le "sens" de cette fabrication immuable. Bien évidemment, c'est un produit commercial avant tout, mais en dehors de cet aspect, on sent le sentiment de responsabilité, cette "noblesse oblige" de préserver le patrimoine gustatif. Une préservation rendue possible par la possession d'archives et de recettes vieilles de centaines d'années, par des choix judicieux et logiques. Tout ce qui se fait pour sauvegarder ce goût contribue finalement aussi à préserver une tradition : la "culture" du saké dans son ensemble.

À l'époque où les sakés étaient classés selon des grades comme "spécial", "première classe", "deuxième classe" (la législation fut abolie en 1992), il n'y avait que très peu de choix. La mode n'était pas de boire chaque fois des sakés différents et de les comparer. Non, à chacun son saké. Quant à mon grand-père, il était fidèle à la marque au double losange. Je le voyais toujours avec une bouteille de Kenbishi posée à côté de lui lors des dîners. Bien évidemment, étant encore une enfant, je ne pouvais l'accompagner, mais lorsque l'on verse ce saké dans un verre, je sens monter une odeur qui m'est familière, et je reconnais le goût que j'ai connu il y a un quart de siècle, lorsque je me suis initiée au saké.



Laura Liverani pour Zoom Japon

Chez Kenbishi, la production de saké démarre en octobre et s'achève en avril.

"C'est justement pour cela que nous en préservons le goût. Vous seriez triste de boire un Kenbishi et ne plus reconnaître le goût de votre grand-père, non ? On ne boit pas le saké simplement pour le boire, le goût possède ce pouvoir de rappeler des souvenirs du passé dans le présent. C'est en cette force que nous croyons", affirme le patron de la marque.

"La métaphore de la montre arrêtée ne signifie pas que l'on ne peut rien faire. Imaginez plutôt être toujours à un même point dans la mer. Il y a du vent, des vagues. On a l'impression que l'on demeure toujours au même endroit, mais pour ce faire, on agite les jambes et les bras, on observe les étoiles et le ciel. Il ne faut pas être avare de temps et ni d'énergie pour le faire, et garder nos principes en étant sûrs de nous", ajoute-t-il. Pour se délecter de ce "vrai moment" ensemble, notre montre peut aussi décider d'être hors du temps avec le saké de Kenbishi. En tout cas, les initiatives de cette brasserie semblent plus que jamais actuelles, et la montre est bien à l'heure !

SEKIGUCHI RYÔKO

TENDANCE Le tôji s'appelle Mme Imada

A l'instar d'IMADA Miho, de plus en plus de femmes se sont lancées dans la production de la boisson des Dieux.

Le Japon a toujours su préserver ses traditions qui perdurent depuis des siècles, traditions qui ont également leur part d'ombre : de nombreux métiers et lieux étaient défendus aux femmes (voir *Zoom Japon* n°82, juillet-août 2018). Le sport national comme le sumô leur interdit encore de mettre les pieds sur le ring (à l'époque d'Edo, les femmes n'avaient même pas le droit d'assister aux luttes) ; elles ne pouvaient pas accéder à des montagnes sacrées, dont le Mont Fuji, ni participer à certaines fêtes, sans parler du théâtre kabuki joué aujourd'hui uniquement par des hommes ou le théâtre nô où les femmes n'ont fait leur apparition seulement qu'après guerre.
Si, dans le domaine de la cuisine, on commence à voir les femmes chefs apparaître timidement, rares sont ceux à avoir vu une femme officier dans un restaurant de sushi : selon la croyance populaire, les femmes ne sont pas adaptées à ce métier à cause des menstruations ou de la température plus élevées de leurs mains qui altéreraient la qualité des poissons...
Le monde du saké n'échappait pas non plus à cette coutume-superstition. On a longtemps dit que laisser pénétrer une femme dans la cave pouvait corrompre le saké. Mais dans le Japon d'aujourd'hui, des dizaines de femmes *tôji* (maître chai) y travaillent, dont certaines connues et appréciées pour la qualité de leur saké. Dans le milieu de la fabrication du saké, le tabou sur les femmes semble se dissiper davantage que dans les autres domaines traditionnels. À Akitsu, ville de la préfecture de Hiroshima, réputée pour la compétence de ses "Hiroshima tôji", nous avons rencontré IMADA Miho, l'une des premières femmes *tôji*, de la brasserie familiale Imada Shuzô Honten, fondée en 1868. La brasserie est située juste à côté de la mer Intérieure, une mer douce et nourricière. *"On dit que le paysage ressemble à celui de la Sicile",* note-t-elle. Un climat tempéré, des collines ondulantes qui bordent le contour, beaucoup d'orangers et de citronniers.
IMADA Miho fait partie de la génération des *kuramoto tôji*. Traditionnellement, le *kuramoto*, patron de la brasserie, ne s'occupait pas de la production de saké, mais se concentrait sur la gestion de la brasserie et engageait le *tôji*, le responsable de la production. Or, depuis une vingtaine d'années, surtout dans les petites et moyennes brasseries, les patrons se mettent eux-mêmes à produire le saké, à la fois pour faire face à la crise du milieu du saké dans les années 1990, faute de moyen pour engager des personnes, mais aussi pour insuffler un vent de fraîcheur, poussés par l'envie de créer des sakés libérés de certains clichés. C'est cette génération qui, souvent, se réorientait professionnellement pour rentrer reprendre l'affaire familiale, ou se plongeait dans le milieu par passion.
IMADA Miho ne fait pas exception. Au début, loin d'elle l'idée de rentrer dans sa contrée natale pour prendre la succession de la brasserie familiale. En pleine bulle économique des années 1980, diplôme d'université en poche elle travaille pendant dix ans dans le monde de la culture, et s'occupe surtout de la production de nouvelles pièces de théâtre nô. Le groupe qui promouvait la création du nouveau nô recevait à l'époque d'importants soutiens de mécènes japonais, et elle s'est même rendue au festival d'Avignon, pour présenter la création de TESHIGAWARA, emmenant avec elle toute une troupe d'acteurs de nô... Mais au début de la décennie suivante, c'est la crise et elle perd son poste, tandis que la brasserie familiale risque la faillite.
Elle est l'aînée de cinq frères et sœurs, dont aucun ne désirait prendre la relève. Elle décide alors de rentrer. Cela fait maintenant un quart de siècle qu'elle y travaille et donne un nouveau souffle à la brasserie. Contrairement à ce que l'on a tendance à imaginer, elle n'a pas connu de situation de "domination masculine". *"Le* tôji *qui a longtemps travaillé dans notre brasserie m'a accueilli les bras ouverts, et m'a beaucoup appris. Les autres* tôji *de la région étaient également très ouverts d'esprit",* se souvient-elle. Elle assure que cet état d'esprit est caractéristique des "Hiroshima tôji".
"Notre région était réputée pour son eau extrêmement douce. Et l'eau faiblement minéralisée n'était pas adaptée pour la fabrication du saké. Il est très difficile de procéder à une fermentation sans risque avec une eau de cette qualité. Face à cette situation pas toujours favorable à la fabrication du saké, les "Hiroshima tôji" ont échangé informations et savoir-faire, afin qu'ensemble, ils puissent améliorer la qualité du saké de la région. Considérant cette difficulté comme une chance, ils ont inventé la méthode ginjô, *une fermentation longue et à basse température, qui fait ressortir un arôme noble, grâce auquel le nom de Hiroshima tôji s'est répandu. Les "Hiroshima tôji" étaient ainsi considérés comme des professionnels hautement qualifiés et, sollicités de toute part, s'en allaient travailler dans d'autres régions. Il n'est pas sans raison qu'au XIXe siècle, TAKETSURU Masataka, le fils d'une brasserie de Hiroshima, est parti en Écosse pour apprendre la fabrication du whisky. Nous avons cette mentalité de voyageur, cette soif de savoir-faire",* ajoute-t-elle.
Elle conclut que c'est, sans doute, cet esprit qui a permis la présence de femmes dans la fabrication du saké. D'ailleurs, lorsqu'elle est revenue dans la brasserie familiale, deux femmes y occupaient



Laura Liverani pour Zoom Japon

Quelques trésors de la brasserie Imada fondée il y a tout juste 150 ans.



Laura Liverani pour Zoom Japon

un poste. Enfant, elle voyait sa mère y travailler. Pendant la saison de production de saké, les *tôji* et les *kurabito* (artisans de la brasserie) dormaient dans l'enceinte de la brasserie. Sa mère assurait tous les jours la préparation de repas pour sept ou huit artisans, de l'aube jusqu'au soir. *"On dit souvent qu'il n'y avait pas de femmes à la brasserie, mais sans elles, la production n'aurait pas été possible ; car c'était toujours les femmes qui soutenaient le travail de ces hommes. Dans la région du Tôhoku (voir* Zoom Japon *n°39, avril 2014), les* tôji *venaient accompagnés de leur femme. Tout dépend de ce qu'on appelle 'la présence des femmes'".*

cette initiative risquée, tout du moins qui demandait un investissement de temps et d'énergie, elle répond qu'elle était curieuse de découvrir le goût que cette variété cachait dans ses petits grains. Contrairement à des variétés connues depuis longtemps pour produire du saké de qualité comme le *yamadanishiki*, la variété *hattansô*, d'après elle, conserve une force sauvage, une colonne vertébrale bien droite, et le saké produit avec ce riz peut accompagner des plats aux herbes aromatiques. En général, le saké s'accorde mal avec les herbes qui sentent fort, mais elle assure que c'est la puissance de cette variété endémique qui permet ce mariage.



Laura Liverani pour Zoom Japon

Avec "son" saké, Imada Miho a remporté deux années de suite le prix "Kura Master".

Imada Miho a plongé, quant à elle, dans l'univers du saké de Hiroshima à l'âge de 33 ans et essaie d'avancer et d'apprendre. Elle dit s'être sentie pour la première fois vraiment professionnelle sept ou huit ans plus tard, lorsque le *tôji* qui venait travailler depuis toujours a pris sa retraite et qu'elle a dû tout planifier toute seule de A à Z. Elle s'est alors mise à la recherche du goût qui pouvait devenir "son" saké, à la fois unique et fortement lié au terroir. Elle a compris que si le saké est fait de riz et d'eau, la qualité de l'eau ne changeant pas, elle pouvait se lancer à la quête d'un riz particulier. C'est ainsi qu'elle a découvert le riz endémique de la région, le *hattansô*. Cette variété, dont la taille est le double des variétés standards, donc plus difficile à cultiver, n'existait presque plus. L'Institut de Recherche Agronomique qui conservait ces grains a accepté d'en partager une petite quantité avec elle, afin qu'elle puisse essayer de le cultiver.

À la question de savoir pourquoi elle avait pris

Elle s'est aussi lancée dans la quête d'un goût qui pourrait correspondre aux plats de la région d'Akitsu, et a conçu un saké en utilisant du *kôji* blanc. En général, lors de la fermentation, on utilise le champignon *kôji* jaune, mais avec le *kôji* blanc, l'acide citrique transparaît davantage, et il peut se marier à merveille avec les huîtres, spécialité d'Akitsu, ou avec les autres fruits de la Mer intérieure. Cette recherche de variétés endémiques ou d'autres méthodes de fabrication est une tendance commune aux producteurs des jeunes générations : ils recherchent le sens du terroir, ou un retour aux sources, et sont avides d'expérimentations, afin de dénicher de nouvelles opportunités pour le monde du saké. Ses sakés, incarnation du doux paysage de la région, sont appréciés aujourd'hui non seulement en dehors de Hiroshima, comme à Tôkyô, mais aussi à l'étranger. Deux cuvées ont remporté deux années de suite le prix "Kura Master", une récompense créée par des sommeliers français. Aujourd'hui, les femmes ne se contentent plus d'un rôle de soutien aux hommes artisans, elles travaillent avec eux sur les lieux de préparation du saké, et certaines deviennent *tôji*, responsables de la production de saké, car la méthode de travail a changé. À l'époque où les artisans travaillaient et vivaient ensemble sur place pendant des mois, il était difficile pour les femmes de se plonger dans le métier. Mais ils étaient obligés de procéder ainsi non seulement parce qu'ils venaient parfois d'une autre ville, mais aussi parce que le travail commençait très tôt le matin, et qu'il fallait surveiller nuit et jour l'évolution de la préparation du *kôji*, ces spores de champignons indispensables à la fermentation. Imada Miho déclare que pour sa génération, il fallait choisir soit le métier de *tôji* soit une vie de femme : se marier et avoir des enfants. De nos jours, avec les nouvelles technologies, on peut gérer la température du *kôji* à distance. D'autres contrôles d'hygiène ou de fermentation sont devenus plus faciles avec les innovations techniques, et il est possible de mener une carrière de tôji tout en ayant une vie privée. Formée par des hommes *tôji* qui avaient la notion de transmission du savoir, elle est optimiste quant à l'avenir des femmes dans le métier.

Pour décrire ce goût du saké de la région, Imada Miho utilise un mot très intéressant : *ko-aji*. Pour elle, ce terme, qui signifie "goût délicat", représente l'essence du goût local. Il est le contraire d'*ô-aji*, ou " goût grossier". Si *ô-aji* est un mot courant, *ko-aji* reste peu usité, d'autant plus qu'aujourd'hui, ce qui est massivement demandé est un goût simple, un goût qui vous parle immédiatement. *"Les poissons que l'on pêche dans la mer Intérieure, par exemple les demi-becs du Japon, les bars, les chipirons ou les autres poissons de petite taille, ne possèdent pas de graisse comme les thons. Ce n'est pas un goût lisible tout de suite pour tout le monde, car il est subtil. C'est un goût qui murmure",* explique-t-elle.

Ce *ko-aji*, il faut l'apprendre. Il faut être attentif à l'évolution délicate d'un produit suivant les saisons. Et d'après elle, les goûts des sakés de la région essaient d'accompagner ce goût qui murmure. Les sakés qu'elle produit correspondent tout à fait à l'univers de *ko-aji*. En mettant en bouche l'un de ses sakés, on sent une légère acidité qui rappelle un lointain parfum de citrons, aperçus un peu plus tôt sur la colline, d'où l'on a contemplé la mer en l'écoutant déclarer : *"D'ici, on ne voit rien qui n'est pas beau"*. Il est vrai que le paysage est tout en harmonie. Et tout le monde sera d'accord pour dire qu'elle a trouvé sa place pour produire "ses" propres pièces, sa propre création qui met pleinement en scène le paysage d'Akitsu.

S. R.

DÉGUSTATION **Boire est un véritable art**



Laura Liverani pour Zoom Japon

Selon le récipient utilisé, le saké n'aura pas la même saveur.

Pour profiter de toutes les subtilités du saké, encore faut-il bien choisir son récipient. Voici quelques conseils.

Ceux qui ont déjà voyagé au Japon ont parfois dû assister à une scène singulière dans les restaurants du type *izakaya* (bistrot à la japonaise) : laisser le client choisir une coupelle à saké parmi des coupelles et verres de différentes formes, tailles et matières. Cette option amusante peut également modifier le goût de votre saké. C'est l'une des grandes caractéristiques de ce breuvage : il change de goût selon le type de contenant que l'on utilise.

Traditionnellement, les formes et matières des coupelles à saké varient : céramique, porcelaine, laque, bois, bambou, verre, étain… Rien qu'avec la céramique, le saké peut avoir un goût différent en fonction de sa forme, sa taille et son épaisseur. MIYASHITA Yûsuke, à la tête du restaurant Fushikino dans le quartier de Kagurazaka, à Tôkyô, propose un accord non seulement entre les mets et les sakés, mais aussi avec les coupelles à saké. Chaque mets est accompagné par un saké, servi à la température adéquate, parfois agrémenté d'un peu d'eau pour en modifier la texture et proposé dans un contenant qui met en valeur les éléments gustatifs et olfactifs que l'on souhaite faire ressortir. Autant de facteurs à prendre en considération. Pas trop compliqué ? Complexe oui, mais passionnant pour cela, répond-il.

"Ce qui est intéressant, c'est qu'une bouteille peut avoir plusieurs visages. C'est à nous d'extraire les diverses potentialités contenues dans un seul saké", assure-t-il. Il explique que s'il y a une forme de verre spécifique pour chaque type de vin, il n'est pas pour autant coutumier de varier les verres lors de la dégustation à moins d'être un professionnel. On a tendance à penser qu'une seule forme est adaptée à un vin. Mais pour le saké, plusieurs réponses sont possibles. D'ailleurs, M. MIYASHITA propose de déguster la même cuvée dans différentes coupelles pour sentir concrètement les différences.

Cela ne veut pas dire qu'il faut être expert pour pouvoir apprécier les différences de goût. Vous pouvez déjà faire un essai avec une bouteille de saké que vous avez chez vous, et les différents verres que vous possédez. D'après lui, il peut être bon de connaître les points suivants :

– les vins contiennent 4 à 5 fois plus d'acidité que le saké, c'est pourquoi les verres à vin visent souvent à atténuer l'acidité en faisant ressortir plus de rondeur. Si l'on boit du saké dans un verre à vin, il peut perdre son acidité et devenir sucré.

INFORMATIONS PRATIQUES

Fushikino, 4-3-11 Kagurazaka, Kagurazaka Tunashô Terrasse 2F, Shinjuku-ku, Tôkyô 162-0825. Tél. 03-3269-4556 www.fushikino.com

– Si la coupelle est ouverte, l'acidité sera plus marquée et si elle est en forme de poire, ce sera la sucrosité qui sera mise en avant. On peut tester le saké dans un verre de type Martini.
– Les sakés de type *nama* peuvent résister à cette tendance.
– On peut faire l'accord mets – vins – saké avec des verres à vin. À ce moment-là, le manque d'acidité du saké peut être utile pour reposer sa langue fatiguée par l'acidité du vin. On peut servir par exemple un saké après un blanc, avant de passer au rouge.
– Pour les vins, le nez est le plus important tandis que pour le saké, *fukumika* ("parfum enfermé dans le palais") une fois que le liquide a touché le palais ou *Kaerika* ("parfum de retour"), les caudalies, ce qui revient en rétro-olfaction dans le nez et la bouche une fois bu sont aussi à prendre en considération.
Une fois que vous avez senti la métamorphose du saké avec les verres que vous avez chez vous, vous pouvez acquérir une coupelle traditionnelle japonaise et continuer l'aventure. Au Japon, vous pouvez en acheter dans les boutiques ou galeries d'*utsuwa* (vaisselles japonaises), mais aussi les chiner aux marchés aux puces. Ici aussi, les règles constatées pour les verres à vin s'appliquent de la même façon : avec une coupelle ouverte, vous pourrez sentir davantage l'acidité du saké tandis qu'avec une coupelle fermée, on appréciera plus d'*umami* et de douceur. Si vous cherchez l'équilibre, choisissez une forme de bol moyennement ouverte.
Pour les coupelles à saké, vous avez le choix entre les *ochoko* (petite coupelle), *guinomi* (coupelle de grande taille), ou même utiliser une *sobachoko* (coupelle pour mettre la sauce *tsuyu* pour les nouilles soba). Aussi, comme les coupelles sont plus petites que les verres à vin, on ne verse pas le saké directement depuis la bouteille. Il existe pour cela plusieurs outils tels que *tokkuri, ochôshi*, ou bien *katakuchi* (avec un bec), qui peuvent contenir 160-180 ml de liquide et dans lesquels on transvase le saké avant d'en servir une portion dans les coupelles. On utilise les *tokkuri* et les *ochôshi* pour faire chauffer au bain-marie le saké. Là encore, avec un récipient en étain ou en aluminium, une belle acidité peut ressortir tandis qu'avec celui en céramique, le goût devient plus doux. La porcelaine sera entre les deux. Il existe aussi des ensembles *ochoko* et *tokkuri*, de mêmes matières et motifs. On peut librement choisir une coupelle qui nous plaît et l'emporter avec soi, lors d'un voyage par exemple, une pratique appelée "my ochoko". Des ensembles d' *ochoko* et leur étui sont disponibles à la vente pour les amateurs.
Les coupelles changent le goût, mais il y a également là un plaisir esthétique : le saké de type *nigori*, un peu trouble, sera mis en valeur dans une coupelle en laque, dont le rouge accueillant



Laura Liverani pour Zoom Japon

Chaque objet est une œuvre d'art.

embrasera et contrastera avec sa blancheur. Les sakés maturés *jukusei koshu,* conservés plusieurs années et qui gagnent une couleur ambre, peuvent être servis dans des verres ciselés pour mieux apprécier l'onctuosité du coloris. De même, on peut choisir sa coupelle en fonction de la saison : une coupelle qui apporte de la fraîcheur, comme les verres ou coupelles de couleur bleue, ou des mini-coupelles pour boire rapidement avant que le saké frais ne tiédisse. Une coupelle qui apporte de la chaleur, avec une céramique épaisse, au style brut, couleur terre. Pour les coupelles ou *tokkuri* à motifs, on peut associer les plantes ou les fleurs de saison pour être en accord avec la nature.
On peut aussi privilégier la matière, en fonction de la température du saké : les coupelles en étain conservent bien la fraîcheur tandis qu'une coupelle en céramique épaisse peut s'accommoder avec un saké chaud. On peut même apprécier un élément qui peut être perturbateur pour les verres à vin : les coupelles en bois de thuya ap-

portent une odeur de fraîcheur au saké. Les différences de matières procurent une sensation propre aux lèvres, aux mains qui les portent : c'est le côté presque sensuel de l'*utsuwa* japonais fait pour être porté à deux mains. Choisir un *utsuwa*, ce n'est pas seulement une affaire de beauté visuelle, c'est presque une rencontre entière avec le corps d'une coupelle, sa provenance naturelle (terre, argile, sable, bois) et les mains des artisans qui l'ont façonnée, à l'aide de l'eau, de la flamme, de la résine qui est l'âme du bois... MIYASHITA Yûsuke, également maître de thé, fait remarquer que la cérémonie du thé, désormais considérée comme un art total, a connu une sophistication. À l'origine de cet acte, il y a l'idée d'apprécier tous les types de thés. Avant que la cérémonie du thé ne prenne la forme que nous lui connaissons aujourd'hui, il y a eu un stade où l'on "faisait battre" différentes sortes de thés. Si on en était simplement restés à juger uniquement la qualité d'un thé, distinguer ceux qui sont bons de ceux qui ne le sont pas, la cérémonie n'aurait pas pu inclure une pensée esthétique. Selon lui, pour que l'acte de boire du saké puisse s'élever au rang d'art, il faut arrêter de juger les goûts du saké. On doit partir de l'idée que le saké est une boisson délicieuse, et réfléchir aux moyens de l'apprécier le plus possible, en tenant compte de tous les éléments (esthétique, visuel, gustatif, olfactif, culturel) et même de l'histoire des coupelles, car il sert aussi du saké dans des coupelles antiques...

À ce moment-là, nous pourrons apprécier au maximum la boisson que l'on est en train de mettre en bouche, qui élève le goût des mets et inversement. Cette dégustation pourrait alors s'approcher au plus près de l'art.

S. R.



Laura Liverani pour Zoom Japon

Il ne vous reste plus qu'à verser le breuvage et à le déguster.

MANGA En quête de l'accord parfait

Si nous connaissons les mangas consacrés au vin, il serait temps de découvrir ceux portant sur le saké.

Le succès mondial des *Gouttes de Dieu (Kami no Shizuku,* éd. Glénat) d'AGI Tadashi et OKIMOTO Shu a permis de convaincre les plus réticents que le manga pouvait contribuer à la diffusion d'un savoir, en l'occurrence l'œnologie, et permettre à un nouveau public de découvrir les charmes du vin. L'engouement des Japonais pour cette série publiée jusqu'en 2015 a incité les éditeurs nippons à poursuivre l'exploration de ce filon avec notamment *Sommelier (Somurie,* éd. Glénat) de KAITANI Shinobu, JOH Araki et HORI Ken'ichi qui racontent l'histoire d'un jeune Japonais en quête du vin parfait. Dans ces deux séries comme dans plusieurs autres consacrées à ce breuvage, la description des différents crus a souvent forcé l'admiration et surtout permis à la production vinicole, en particulier française, de trouver de nouveaux débouchés auprès d'un public curieux et désireux de faire comme les héros de ces histoires dont la construction rappelle à bien des égards des enquêtes policières.

Le vin n'est pas la seule boisson à susciter l'intérêt des mangaka même si, faute d'être traduites en langues étrangères, leurs œuvres sont rarement connues à l'extérieur de l'archipel. Le saké, *nihonshu* pour les Japonais, est lui aussi devenu le thème central de plusieurs séries de mangas au cours des dernières années. Elles n'ont certes pas rencontré le même succès que *Les Gouttes de Dieu* ou *Sommelier*, mais elles partagent la même ambition : celle de donner l'envie aux lecteurs de partir à la découverte de cette boisson alcoolisée japonaise issue de la fermentation du riz. Si chacune des histoires racontées vise un public différent dans la mesure où le marché du manga est très segmenté, elles se révèlent toutes d'excellents ambassadeurs du goût japonais. On peut d'ailleurs penser que des éditeurs français vont finir par s'y intéresser pour accompagner l'engouement du public pour la gastronomie nippone et le saké. Cela paraît d'autant plus logique que le *nihonshu* est désormais présent à la Japan Expo, le grand rendez-vous annuel de la culture pop japonaise.



Les Gouttes de Dieu d'AGI Tadashi et OKIMOTO Shu est publié en France par les éditions Glénat.

L'enthousiasme très rapide généré par le Salon du saké dont la première édition s'est déroulée en juin 2013 sous le nom de *Saké tasting* témoigne une nouvelle fois de l'excellente disposition des Français à l'égard des produits *made in Japan*. Il est d'ailleurs intéressant de rappeler l'initiative prise, en 2015, par Patrick Duval, grand promoteur du goût japonais, de diffuser un petit fascicule sous forme de manga à l'occasion du Salon du saké. Dessiné par Yoshikawa Hugo sur un texte de Patrick Duval, *Saké Manga* se donnait pour mission de répondre à la curiosité des visiteurs à l'égard de cette boisson autour de laquelle les interrogations sont nombreuses. En associant le saké et le manga, les initiateurs de ce projet ont compris que la bande dessinée constituait un excellent moyen pour transmettre des informations sur cette boisson que beaucoup confondent encore avec l'alcool servi en fin de repas dans les restaurants chinois.

Au Japon, la combinaison manga et saké sert également à offrir une meilleure connaissance du *nihonshu* auprès du public nippon qui a eu tendance à lui tourner le dos et à lui préférer d'autres boissons alcoolisées. Depuis 1975, les ventes de saké ont baissé de 30 % dans l'archipel tandis que le vin a enregistré une croissance annuelle de sa consommation de plus de 5 % au cours de la même période. Plus de la moitié des Japonais consomment désormais du vin au moins une fois par semaine et ils sont 7 % à le faire quotidiennement. Le plus intéressant est que le public féminin est avec les jeunes (25-44 ans) celui qui consomme et achète le plus de vin au Japon. Selon une étude, les femmes représentent 55 % des amateurs de vin. Dans ces conditions, on comprend pourquoi les mangas consacrés au saké ne visent pas seulement les hommes. Pour que le saké retrouve grâce auprès de l'ensemble des Japonais, il était donc indispensable d'imaginer des histoires qui soient de nature à les intéresser quels que soient leur sexe et leur âge. Rappelons par exemple l'existence de la série *Somurîeru* [Sommelière, éd. Shûeisha, inédit en français] imaginée par JOH Araki et MATSUI Katsunori et aujourd'hui terminée qui a permis de donner une touche féminine à l'univers du vin, de quoi donner satisfaction aux lec-



Les Grands Sakés de Hiroshima



« *SEMPUKU* » Miyakehonten Co., Ltd.

« *MISEN* » Chugoku Jozo Co., Ltd.

« *HANAHATO* » Enoki Shuzo Co., Ltd.

« *RYUSEI* » Fujii Shusou Co., Ltd.

« *KAMOIZUMI* » Kamoizumi Shuzo Co., Ltd.

« *KAMOTSURU* » Kamotsuru Shuzo Co., Ltd.

« *HAKUKO* » « *SARA* » & « *GRÂCE* »
Morikawa Shuzo Co., Ltd.

« *ZUIKAN* » Suishin Yamanehonten Co., Ltd.

« *HONSHUICHI* » Umeda Shuzojo & co.









Sake-hiroshima Recherche



trices parmi lesquelles sans doute on comptait de nombreuses consommatrices de vin.
Pour redonner le goût du saké, la plupart des mangas qui lui sont consacrés mettent l'accent sur son association avec la gastronomie japonaise (*washoku*). Après tout, les Japonais peuvent être fiers à juste titre de la diversité de leur cuisine. Son inscription au Patrimoine mondial de l'Unesco en 2013 a constitué un moment de fierté important et il est logique d'associer sa dégustation avec des boissons locales, à savoir le *nihonshu*. Signé par SHINKYÛ Chie, *Wakako zake* (éd. Zenon Comics, inédit en français) raconte sous forme d'épisodes très courts comment une jeune employée de bureau MURASAKI Wakako s'initie à l'alcool à travers ses découvertes culinaires. Même si le personnage ne se contente pas de boire du saké, celui-ci occupe une place importante. Dans le tout premier épisode paru en 2011, on fait la connaissance de Wakako installée au comptoir d'un petit restaurant en train de consulter la carte des *jizake*, c'est-à-dire les sakés de terroir, afin de choisir celui qui accompagnera le mieux son saumon grillé (*shake no shioyaki*). Seule, sa présence intrigue dans cet endroit plutôt fréquenté par des hommes, mais l'émotion qu'elle manifeste en dégustant son plat et son saké suscite rapidement la curiosité de ses voisins. Ici, il n'est pas question de transformer les lecteurs en spécialistes du saké, capables de raconter la différence entre un *junmai* ou un *ginjô*, l'auteur met plutôt l'accent sur le ressenti du personnage principal lorsqu'elle associe la nourriture et la boisson. La présence de nombreuses onomatopées et le choix de la mangaka de décrire avec précision les phases successives de la dégustation en se concentrant sur les réactions de Wakako permettent de donner toute sa force à ce récit dont le thème répétitif aurait pu lasser les lecteurs. On retrouve dans la démarche de la jeune femme celle du











Avec Wakako zake, SHINKYÛ Chie signe un manga qui s'est vendu à plus d'un million d'exemplaires.

Gourmet solitaire (Kodoku no gurume, éd. Casterman), l'accent étant mis sur l'accord entre la nourriture et la boisson.

A l'instar du manga imaginé par le regretté TANIGUCHI Jirô, *Wakako zake* rencontre un succès important dans l'archipel. Onze volumes des aventures de la jeune femme sont déjà parus et signe de l'engouement populaire à son égard, il a bénéficié d'une adaptation télévisée à la fois en prise de vue réelle (trois saisons, 2015-2017) et en dessin animé (2015). Le public féminin apprécie la spontanéité du personnage et la simplicité avec laquelle elle aborde la dégustation du saké. Wakako illustre une évolution des mœurs dans la société japonaise où, depuis l'ouverture du pays au milieu du XIX[e] siècle, les femmes ne buvaient du saké qu'à leur cérémonie de mariage. Pourtant, il semble qu'avant de se conformer aux bonnes manières occidentales selon lesquelles les femmes fréquentables ne consomment pas d'alcool, les Japonaises appréciaient le saké. Le fameux recueil de poésie *Man'yôshû* de l'époque Heian (794-1185) présente plusieurs poèmes mentionnant la consommation de cette boisson par les femmes. Par ailleurs, le folkloriste YANAGITA Kunio rappelle que, jusqu'au XV[e] siècle, dans toutes les brasseries, les femmes étaient le plus souvent responsables de la production et du service du saké. Il n'est donc pas étonnant que certaines d'entre elles (voir pp. 8-10) reprennent du service en tant que *tôji* (maître brasseur) et que l'on voit apparaître des mangas où les femmes deviennent expertes de ce breuvage divin. *Ippon !! Shiawase no nihonshu* [Une bouteille ! Le saké du bonheur, éd. Shûeisha, inédit en français] de MASUDA Masafumi et MATSUMOTO Kyûjo se distingue de *Wakako zake* par le soin que ses auteurs apportent à la mise en valeur du saké et le rôle qu'ils attribuent à leur héroïne, SASA Takeha, pour y parvenir. A 24 ans, celle qui n'était qu'une simple employée du grand magasin Kuroki voit son destin professionnel totalement bouleversé le jour où le nouveau patron lui

Ippon !! Shiawase no nihonshu signé MASUDA Masafumi et MATSUMOTO Kyûjo a pour ambition d'intéresser le public féminin au saké, en lui faisant découvrir les différents terroirs.



De retour de la préfecture d'Akita avec le précieux Umakaramansaku, Sasa Takehisa protège la bouteille de saké comme s'il s'agissait de son enfant. Le manga s'adresse avant tout à un public féminin.

confie la mission de réunir les meilleurs *nihonshu* pour un événement en marge du 50e anniversaire de l'entreprise.

Depuis 2015, les aventures de la jeune femme dans l'univers des brasseries passionnent le public féminin. Il apprécie la subtilité avec laquelle le personnage aborde le sujet. Après tout, Sasa ne connaissait pas grand chose au saké. Il s'agit donc d'un voyage initiatique qui entraîne les lectrices dans les régions japonaises à la découverte des différents terroirs. Beaucoup d'entre elles s'identifient sans doute à la jeune femme dont on va découvrir peu à peu le talent. Cette dernière ne manque pas de travail dans un pays où l'on recense encore quelque 1 300 brasseries de saké. Ayant réussi à faire mieux que le responsable de la section saké lors d'un test organisé par son patron, elle entame sa nouvelle vie professionnelle en se rendant dans la préfecture d'Akita, une première pour elle, dans le nord-ouest de l'archipel. Elle y fait la connaissance de Satô Jôji, le jovial PDG de Hinomaru Jôzô, l'une des brasseries les plus emblématiques du pays, qui lui fait visiter son entreprise fondée en 1689. Elle y goûte l'Umakaramansaku, un *tokubestu junmai* dont le taux de polissage est de 55 %, qui l'enchante. A la fin de chaque chapitre, une fiche détaillée sur le saké et ses producteurs permet aux lectrices de se familiariser avec chacun des produits évoqués.

Les auteurs de *Horoyoi shubô* [L'estaminet de la gueule de bois, éd. Jitsugyô no Nihon Sha, inédit en français] ont une démarche similaire lorsqu'il propose au terme de chaque récit une petite fiche sur chacune des bouteilles présentées avec, en plus, un plat du terroir avec lequel l'alcool compose un accord parfait. Nogami Hironobu et Nagao Tomohisa ne visent pas spécifiquement un lectorat féminin. Toutefois, ils ne le négligent pas dans la mesure où ils ont choisi comme principaux protagonistes un homme et une femme, deux collègues de travail. Ueno Hiroki et sa subalterne Murata Kyôko vont ainsi de restaurant en restaurant à la découverte de la meilleure combinaison entre plat et boisson. Hiroki est l'archétype du salarié japonais tandis que Kyôko se montre beaucoup plus dynamique et entreprenante. Même si ce manga s'intéresse aussi au *shôchû*, l'alcool distillé très apprécié des Japonais, le saké bénéficie toutefois d'un traitement privilégié. L'idée est de présenter des produits originaux ou du moins peu communs, lesquels permettent de souligner certains traits de caractère des personnages afin que les lecteurs se sentent proches d'eux. Ainsi dans le tout premier récit, Kyôko entraîne son chef chez Kuri, un bar spécialisé dans le *nihonshu* situé dans le quartier de Shinbashi, à Tôkyô.

TOTTORI
Suwaizumi
Inada honten

OKAYAMA
Marumoto
Kamikokoro

YAMAGATA
Kato Kahachiro
Yonetsuru

AKITA
Kodama jozo

HOKKAIDO
Otokoyama

YAMAGUCHI
Dassai

HIROSHIMA
Suishinyamane, Kamoizumi
Umeda, Miyake, Hanahato

MIYAGI
Otokoyama Honten
Ichinokura
Saura

NIIGATA
Shirataki
Ishimoto
Yoshinogawa
Kondo shuzo

SHIMANE
ToyoNoAki
Yamasan Masamune

KYOTO
Takara shuzo
Matsumoto, Hakurei
Tsukinokatsura
Gekkeikan

FUKUOKA
IzuHonten
BeniOtome

ISHIKAWA
Hakuton
Shata shuzo

FUKUSHIMA
Sasanokawa

KUMAMOTO
Joraku shuzo
Kuma Shochu

TOCHIGI
Daiichi shuzo

OHITA
Kayashima
Sanwa Shurui

SHIGA
Tomita

IBARAKI
Tsukinoi
Yoshikubo shuzo

NAGASAKI
Goshimanada

SAITAMA
Koyamahonke

TOKYO
Ozawa

OSAKA
Choya
umeshu

HYOGO
Hinode, Nihonsakari
Hakutsuru
Kikumasamune

AICHI
Sekiya

MIYAZAKI
Kagura Shuzo

KAGAWA
Morikuni
Shuzo

NAGANO
Miyasaka
Yukawa shuzo

KAGOSHIMA
Komaki Jozo
Hamada shuzo
Satsuma shuzo

KOCHI
Tsukasabotan

EHIME
Chiyonokame
Yamatan Masamune
Ishizuchi

NARA
Imanashi Seibei

WAKAYAMA
Kishu-Umeshu

SHIZUOKA
Wakatake

OKINAWA
Helios
Zuisen

HOKKAIDO
AKITA
YAMAGATA
MIYAGI
ISHIKAWA
NIIGATA
FUKUSHIMA
TOCHIGI
NAGANO
SAITAMA
IBARAKI
TOKYO
TOTTORI
KYOTO
SHIMANE
SHIGA
AICHI
SHIZUOKA
OKAYAMA
HYOGO
HIROSHIMA
OSAKA
YAMAGUCHI
KAGAWA
NARA
FUKUOKA
EHIME
KOCHI
WAKAYAMA
NAGASAKI
OHITA
KUMAMOTO
MIYAZAKI
KAGOSHIMA

UN DES PLUS GRANDS CHOIX DE SAKÉ EN FRANCE C'EST CHEZ KIOKO!



46 rue des Petits Champs 75002 Paris

www.kioko.fr

Livraison gratuite à partir de 45€

L'abus d'alcool est dangereux pour la santé, à consommer avec modération.

“On en parlait dans un livre. Comme il a des sakés intéressants, alors j’ai réservé”, lui dit-elle tandis qu’il lui lance sur un ton dubitatif *“intéressants ?”*. Il découvre ainsi deux sakés produits dans la préfecture de Tottori, à l’ouest du pays. Deux *daiginjô* de la brasserie Suwaizumi dont la particularité est d’utiliser des levures de fleurs (*hana kôbo*) dans le processus de fabrication donnant au breuvage un parfum et un goût qui les distinguent d’autres sakés. Le manga se veut didactique. Aussi dans chaque chapitre, on trouve des informations techniques grâce auxquelles les lecteurs enrichissent leurs connaissances et peuvent ensuite décider de tenter aussi l’aventure du goût. Car il s’agit bien de cela. Il n’y a pas d’intrigue particulière dans cette histoire, mais il s’en dégage un désir de partager des découvertes gustatives. Le *nihonshu* est ici toujours accompagné de mets, la plupart du temps très simples, qui subliment sa dégustation. Le plaisir est omniprésent et les deux personnages, dans leur attitude et leurs expressions, l’expriment on ne peut mieux. C’est d’autant plus important que la série était publiée dans le magazine *Manga Sunday* surtout lu par un public de salariés dont la vie professionnelle ne rime pas toujours avec plaisir. Elle a malheureusement cessé de paraître après la disparition du magazine.

Dans le même genre, on trouve *Saké no hosomichi* [La sente étroite du Saké éd. Nihon Bungeisha, inédit en français] dont le titre fait référence à *Oku no hosomichi (La Sente étroite du bout-du-monde,* in *Journaux de voyage,* trad. par René Sieffert, POF) célèbre ouvrage du poète MATSUO Bashô. Imaginée par Razwell Hosoki, cette histoire met en scène un employé de bureau IWAMA Sôtatsu dont les principaux plaisirs dans la vie sont la nourriture, la boisson et la rédaction de *haiku* (poèmes courts) à l’instar de l’illustre auteur. Dès lors, ses courtes aventures consistent à entraîner les lecteurs dans sa quête d’instants de bonheur qu’il retranscrit dans ses poèmes. Le *nihonshu* n’est pas la vedette de ce manga,





【花酵母】
日本酒造りに適しているとされるナデシコやベゴニアなど自生した花から採取した酵母。
現在では約10種類の花酵母が存在し、全国で約30の蔵が花酵母を使ったお酒を造っている。







Entraîné par sa collègue dans un petit bar de Tôkyô, Hiroki découvre des sakés très originaux dont la levure (kôbo) est produite à partir de fleurs (hana kôbo), ici le pissenlit et l’œillet. Au Japon, seulement une trentaine de brasseries ont recours à cet ingrédient.

SIX SOIRÉES DE DÉGUSTATION DE SAKÉ

Vol. 1

Dans le cadre de Japonismes 2018, ces six soirées de **dégustation en novembre 2018 et en février 2019** vont vous permettre d'apprécier en toute décontraction des **sakés de différentes régions** du Japon, en présence de **sommeliers français** connaissant bien le saké. A chacun de ces soirées, un **bar parisien** habituellement fréquenté par des amateurs de vin vous proposera plusieurs **sakés produits dans une préfecture** ainsi que des **amuse-bouches originaux**.



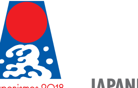
	Préfecture	Date*	Lieu / Bar*
1ère soirée	Niigata	Mardi **06 novembre** 18h-20h	**le rouge et le verre** 8 rue de Maubeuge 75009
2ème soirée	Saga	Lundi **12 novembre** 18h-20h	**Jéroboam** 10 rue Saint Sébastien 75011
3ème soirée	Hiroshima	Mercredi **21 novembre** 18h-20h	**116 pages** 2 rue Auguste Vacquerie 75116

* Sous réserve de modification.
** Dans le Vol.2 prévu en février 2019, trois autres préfectures seront à l'honneur : Ishikawa, Nara et Shimane.

Tarif 15 €

Réservation à partir du début d'octobre : Maison de la culture du Japon à Paris
Tél 01 44 37 95 95 - https://www.mcjp.fr/ - https://mcj.shop.secutix.com/list/events/

- Organisation : Fondation du Japon / Maison de la culture du Japon à Paris
- Coordination : Yumiko Aihara
- En partenariat avec Kura Master













L'abus d'alcool est dangereux pour la santé, à consommer avec modération.



Auteur de haiku à ses heures, IWAMA Sôtatsu est un homme heureux lorsqu'il mange et surtout lorsqu'il boit du bon saké. Pour ce poète amateur, l'important est de profiter du moment mais de le faire en tenant compte des saisons sans quoi ses vers n'auraient aucun intérêt.

mais il est au cœur des préoccupations de cet employé de 29 ans représentatif d'une certaine catégorie de la population japonaise. Si son quotidien professionnel peut être source de frustrations au même titre que ses difficultés avec les femmes, IWAMA Sôtatsu trouve dans la consommation d'alcool des moments de plénitude et d'échanges. La lecture de ce manga est intéressante dans la mesure où elle témoigne de l'évolution de la société nippone. S'il fut un temps où boire seul son saké était presque impensable car contraire à l'esprit japonais de partage et de convivialité, il n'est désormais plus rare de voir des hommes consommer de façon isolée leur *nihonshu*. Le héros de cette série le fait régulièrement même s'il voudrait bien pouvoir échanger avec les autres. L'histoire au cours de laquelle il décide de quitter la ville en prenant le train avec son stock de One Cup, ces doses de saké bon marché vendues dans certains distributeurs automatiques ou dans les supérettes, en est une excellente illustration. Son comportement indispose ses voisins jusqu'au moment où il rencontre un homme plus âgé qui comprend sa solitude et entame la conversation avec lui. Avec déjà 43 volumes parus, les aventures d'IWAMA Sôtatsu ont conquis un lectorat, surtout masculin, qui se retrouve dans ce personnage à leur image. Il incarne le visage du Japon contemporain.

Les mangas autour du saké n'évoquent pas tous le point de vue des consommateurs. Plusieurs d'entre eux s'attachent à raconter des histoires qui mettent en scène les producteurs. Parmi eux, deux retiennent l'attention. Le premier, *Natsuko no saké* [Le saké de Natsuko, éd. Kôdansha, inédit en français] est l'œuvre d'OZE Akira. Prépubliée entre 1988 et 1991 dans *Shûkan Morning*, cette série aborde les difficultés rencontrées par les agriculteurs et les producteurs de *nihonshu*. Au-delà de sa volonté de mettre l'accent sur une réalité peu connue de la majorité des Japonais, l'auteur a le mérite de la traiter en adoptant le point de vue d'une femme qui va



L'ABUS D'ALCOOL EST DANGEREUX POUR LA SANTÉ. À CONSOMMER AVEC MODÉRATION.

devoir évoluer dans un univers masculin. Partie travailler dans une agence de publicité tokyoïte, SAEKI Natsuko décide de démissionner et de reprendre la brasserie familiale le jour où son frère tombe malade et ne peut plus réaliser son rêve de produire le meilleur saké du Japon grâce à un riz exceptionnel, le Tatsunokishi. Mais pour y parvenir, elle va devoir affronter de nombreuses épreuves. La série a suffisamment tenu en haleine les lecteurs pour qu'une chaîne de télévision, Fuji TV, décide de l'adapter en 1994. Le ton adopté par OZE Akira est résolument plus sérieux que les autres mangas présentés, car il s'agit pour lui de décrire une réalité dont on ne parlait alors pas beaucoup : le dépérissement des campagnes au Japon.

Il va d'ailleurs reprendre ce thème dans une autre série intitulée *Kurôdo* [Claude, éd. Shôgakukan, inédit en français] publiée entre 2006 et 2009 dans *Big Comic Original*. Se déroulant dans la préfecture de Shimane, l'une des régions les plus touchées par le vieillissement et la dépopulation, l'histoire raconte comment un Américain, Claude Buttermaker, qui a un peu de sang japonais dans les veines, va tenter de relancer la brasserie de ses ancêtres nippons. La barrière de la langue – Claude ne parle pas japonais et ses interlocuteurs maîtrisent à peine l'anglais et les problèmes administratifs (visa) ne lui facilitent pas la tâche, mais il bénéficie de l'aide de ses nouveaux amis japonais. L'une des forces de ce manga est de décrire avec précision le travail des brasseurs de saké. OZE Akira entraîne le lecteur dans l'ambiance si particulière des brasseries. On sent l'admiration que l'auteur voue à ces hommes qui, à partir d'ingrédients simples, produisent un breuvage aussi subtil. Le choix de Shimane n'est pas seulement lié aux questions démographiques. C'est aussi là que se situe Izumo, l'un des bastions du shintoïsme, religion dans laquelle le *nihonshu* occupe une place importante puisqu'il est la boisson des Dieux. L'accord parfait.

ODAIRA NAMIHEI



SAEKI Natsuko a décidé d'abandonner sa carrière à Tôkyô pour se lancer dans la production de saké. Mais de nombreuses épreuves l'attendent comme ce premier test à l'aveugle qui doit lui permettre d'être prise au sérieux.



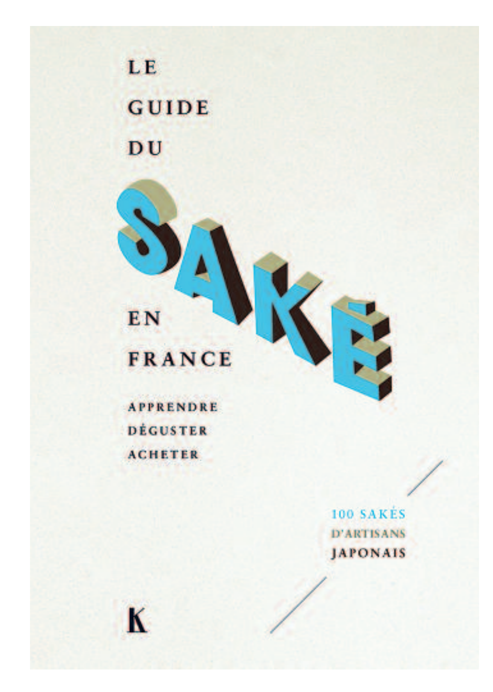
NATURELLEMENT **PARISIEN**
#JARDINDACCLIMATATION
#JAPONISMES2018

BOIS DE BOULOGNE
PARIS
M° LES SABLONS - LIGNE 1 - BUS : LIGNES 43-73-82-93-174-244-PC1

INCONTOURNABLE **Une affaire de cœur**

Tout ce que vous avez toujours voulu savoir sur le saké se trouve dans ce guide riche d'un supplément d'âme.

"Tout a commencé par une émotion". C'est ainsi qu'Adrienne Natsumi Saulnier Blache et notre collaboratrice SEKIGUCHI Ryôko s'adressent à leurs lecteurs. Il s'agit en effet de les mettre dans l'ambiance de ce livre qui, en dépit de son titre, n'est pas qu'un simple "guide" destiné à donner des réponses sur cette boisson dont on parle tant aujourd'hui, mais que l'on ne connaît finalement pas. Bien sûr, il se veut didactique et sa première partie construite sous la forme de questions-réponses en est l'illustration. De l'étymologie du terme "saké" au polissage du riz en passant par la définition du *kôji*, l'élément clé dans le processus de fermentation, ou celle du *moromi*, la phase de fermentation principale, il ne manque rien pour comprendre comment, à partir du riz et de l'eau, on aboutit à cette boisson vis-à-vis de laquelle les Français se montrent de plus en plus curieux. Il y a même un schéma qui résume très clairement le processus de fabrication. A première vue, cela ne semble pas très compliqué, mais à la lecture de cet ouvrage on découvre que la production de *nihonshu* nécessite des années d'apprentissage. Rien n'est interdit à quiconque de se lancer dans sa fabrication. On apprend notamment que certains producteurs de riz de Camargue, en France, s'intéressent à la production de saké depuis que Kuheiji, l'un des plus grands brasseurs japonais, s'est lancé, en 2016, dans la réalisation d'un saké avec une variété de riz camarguais. *"Mais le savoir-faire est encore à venir"*, résument à juste titre les deux auteurs.



Parce que le *nihonshu*, c'est un art, rappellent-elles. Et l'art ne manque pas de provoquer des émotions. Après tout, les gestes des artisans du saké sont aussi précis que ceux d'un peintre ou d'un sculpteur. Ils façonnent à partir d'éléments fournis par la nature (le riz et l'eau) un produit dans lequel ils mettent beaucoup d'eux-mêmes. L'une des autres qualités de cet ouvrage est justement de donner la parole à ces artistes et d'en dresser le portrait afin de mieux saisir la personnalité des sakés qu'ils produisent. Parmi eux, MITOBE Tomonobu, *tôji* (maître brasseur) de la brasserie Yamagata Masamune, dans le nord-ouest de l'archipel, souligne avec force le lien qui existe entre les hommes et la nature. *"Le paysage des rizières a sculpté notre pays et a dessiné notre visage; j'aimerais, grâce au saké, préserver ces siècles d'agriculture"*, explique-t-il. De son côté, AOSHIMA Takashi, *tôji* expérimenté de la brasserie qui porte son nom, note avec humilité que *"ce n'est pas nous qui "fabriquons" le saké; tout ce qu'on peut faire est de mettre tout son cœur et toute son attention à l'élever".*

Au fil des pages de ce guide très bien illustré, on découvre un univers insoupçonné grâce à tous ces témoignages recueillis sur le terrain. Ce travail d'enquête a aussi le mérite de fournir à nos deux auteurs des éléments pour établir une liste non exhaustive de 100 sakés. Le supplément d'âme présent dans chaque bouteille nécessite presque obligatoirement une visite dans les brasseries pour découvrir la personnalité du maître brasseur. Son rôle est crucial et on a vu des brasseries en perte de vitesse retrouver les faveurs des amateurs grâce à l'arrivée d'un *tôji* inspiré. Dès lors, on peut faire confiance aux choix d'Adrienne Natsumi Saulnier Blache et SEKIGUCHI Ryôko d'autant plus qu'elles ont par ailleurs organisé leur sélection en fonction du moment où le saké sera dégusté. De l'apéro au fromage, en passant par le dessert, chaque bouteille bénéficie d'une fiche détaillée qui permet de trouver le bon accord. Elles distinguent aussi les *nihonshu* qui peuvent se consommer chaud et ceux qui ne souffrent pas d'être chauffés. Les deux auteurs ont même pensé à choisir des sakés *"de l'intime et de la délicatesse"* à boire en amoureux. Le saké est bel et bien une affaire de cœur et d'émotion. Tout dans ce livre le rappelle et on ne peut que se féliciter que les deux jeunes femmes aient choisi de guider les lecteurs avec une telle envie. Comme le rappelait, il y a plus de 30 ans, YAMASHITA Yoshi, patron d'un bar traditionnel à Tôkyô, *"avec cette boisson coulent les sentiments"*. Le guide d'Adrienne Natsumi Saulnier Blache et SEKIGUCHI Ryôko nous le confirme.

GABRIEL BERNARD

RÉFÉRENCES

Le Guide du saké en France : Apprendre, déguster, acheter, d'Adrienne Natsumi Saulnier Blache et SEKIGUCHI Ryôko, Keribus éditions, 19,90 €. En librairie, le 20 octobre.

MONDE **Un nouvel instrument d'influence**

Après le manga, l'animation, la cuisine, le saké s'impose comme un élément important du *soft power* nippon.

Depuis la fin de la guerre froide, au tournant des années 1990, le Japon cherche sa place dans le monde. Après avoir vécu dans l'ombre des Etats-Unis qui assuraient sa sécurité et lui permettaient de développer ses activités économiques, le pays du Soleil-levant s'est retrouvé dans l'obligation de prendre de nouvelles responsabilités. Le nain politique comme on le désignait souvent devait être en mesure de se faire entendre sur la scène internationale. Mais pour y parvenir, cela demande à la fois du temps et des moyens. Dans un environnement en pleine évolution, avec notamment la montée en puissance de la Chine en Asie, le Japon a bénéficié d'éléments favorables grâce auxquels son image a été perçue avec bienveillance à travers le monde. A la différence d'autres pays qui s'appuient sur leur puissance militaire pour s'imposer, le *hard power*, il a pu compter sur sa culture, le *soft power*, pour être mieux perçu dans le monde. Le manga et l'animation sont devenus des ambassadeurs du Japon même si, au départ, la diffusion de la culture populaire ne relevait pas d'une stratégie gouvernementale réfléchie. Ce n'est qu'au début des années 2000 que les autorités japonaises ont saisi leur importance et établi la stratégie du *Cool Japan*.
Rapidement elles ont cherché à élargir le champ de la culture populaire. Après le manga et l'animation, la cuisine *(washoku)* est devenue une cible de l'administration. L'engouement des étrangers pour les mets nippons a été l'occasion de mettre en avant la production agricole nationale à un moment où celle-ci souffrait de nombreux maux. Par ailleurs, la nécessité de distinguer clairement les "vrais" restaurants japonais des "faux" – et ils sont nombreux – a conduit le gouvernement à créer un label. Une manière de prendre la main sur une tendance dont il n'était pas encore une fois à l'origine. La mode de la cuisine japonaise est, rappelons-le, venue d'Amérique du Nord avec l'engouement des consommateurs américains pour les sushis dans les années 1980-1990. En obtenant l'inscription du *washoku* au Patrimoine mondial de l'Unesco en 2013, les autorités nippones ont, en quelque sorte, réussi à boucler la boucle dans ce domaine.
Voilà pourquoi elles se sont lancées dans la promotion du saké à travers le monde. Non seulement cela permet de trouver de nouveaux débouchés pour un produit en perte de vitesse dans l'archipel depuis plusieurs décennies, mais cela offre un nouvel instrument d'influence non négligeable. Après avoir raté le train du whisky qui n'a pas eu besoin d'un coup de pouce gouvernemental pour séduire le monde entier, il fallait rebondir. On ne pouvait rêver mieux que le *nihonshu* dans la mesure où il symbolise l'essence de la culture ancestrale japonaise. Quand on sait à quel point le vin constitue un instrument d'influence pour la France, on peut comprendre pourquoi le gouvernement japonais a fait du saké une de ses priorités. Cette stratégie ne se limite pas à la France, à l'heure où s'ouvre une nouvelle édition du salon du saké, mais elle vise le monde entier. Mi-septembre, l'ambassade du Japon en Inde a organisé à New Delhi pour la seconde année consécutive une dégustation de *nihonshu*. Comme l'explique le journaliste du *Times of India* présent à cet événement, celui de cette année était plus important que celui qui s'est tenu en 2017. *"Sa promotion*



Odaira Namihei pour Zoom Japon

Kamotsuru est l'une des plus importantes brasseries de la région de Hiroshima. www.kamotsuru.jp

en Inde est conforme aux efforts visant à renforcer la présence du Japon dans l'esprit des Indiens", ajoute-t-il. L'Inde est aujourd'hui l'un des alliés les plus cruciaux du Japon en Asie face aux ambitions chinoises. Il est donc essentiel d'améliorer l'image du pays et le saké est très utile dans la mesure où il *"est un point d'entrée pour la compréhension de la culture japonaise"*, confirme le journaliste indien. De Singapour à Melbourne, en Australie, au mois de juin à San Francisco en septembre, le monde vit désormais au rythme des salons du saké où les producteurs nippons viennent présenter leur production et apporter leur contribution à la bonne image de leur pays.
A l'instar du manga qui a vu l'émergence d'une génération d'auteurs étrangers capables de produire des œuvres inspirées par ce mode d'expression nippon comme le Français Tony Valente (voir *Zoom Japon* n°82, juillet-août 2018), le saké suscite des vocations en dehors des frontières de l'archipel. Ce désir d'imitation traduit à quel point la culture japonaise s'est imposée dans notre quotidien. Si l'Inde ne s'est pas encore lancée dans la production de saké, l'Europe ne manque pas d'exemples. De la Norvège où un producteur de bière local, Nogne O, a commencé en 2010 à en produire, à l'Espagne avec Kensho Sake qui existe depuis 2015, on recense un nombre croissant d'initiatives dans ce secteur. En France, Hervé Durand a créé, en 2016, Kura de Bourgogne à Vendenesse-lès-Charolles, en Saône-et-Loire. Il s'agit d'une brasserie et une fabrique de condiments japonais *"selon la tradition bourguignonne"*, affirme son site Internet. On peut aussi citer l'exemple de la Grande-Bretagne avec la brasserie Dojima qui s'est installée dans un manoir du XVIIIe siècle, à proximité de Cambridge (voir *Zoom Japan*, n°64, september 2018) ou encore celui de Kanpai, à Londres dont le mot d'ordre est *"Japanese traditions, London style"*. Il ne fait aucun doute désormais que le *nihonshu* constitue un instrument d'influence non-négligeable pour le Japon.

Odaira Namihei



Zoom Japan

C'est près de Cambridge que la brasserie Dojima s'est installée. https://dojimabrewery.com/

ZOOM JAPON
Publié par les éditions Ilyfunet
Abonnement en ligne : www.zoomjapon.info
12 rue de Nancy 75010 Paris, France
Tel: +33 (0)1 4700 1133 - Fax: +33 (0)1 4700 4428
www.zoomjapon.info - courrier@zoomjapon.info
Dépôt légal : à parution. ISSN : 2108-4483
Imprimé en France
PEFC
Responsable de la publication : Dan Béraud
Contact publicité : pub@zoomjapon.info
Ont participé à ce numéro :
Odaira Namihei, Gabriel Bernard, Ritsuko Koga, Eric Rechsteiner, Ryôko Sekiguchi, Laura Liverani, Johann Fleuri, Kaneko Kazumi, Hirai Michiko, Ohmi Shun
Yoshiyuki Takachi, Kashio Gaku, Shoko Etori, Kimié Ozawa, Takako Taniguchi, Chiho Ichikawa, Marie Varéon (maquette)

Cadeau du mois

Ce mois-ci, le Club ZOOM vous propose de gagner le DVD : ***La barrière de chair*** de Suzuki Seijun (Elephant Films).



Pour participer au tirage au sort, veuillez répondre à la question : *Quel serait votre budget pour acheter une bouteille de saké (720ml) en France métropolitaine ?* et envoyer votre réponse et votre numéro d'abonné à *club@zoomjapon.info*

Tous les nouveaux abonnés peuvent participer. Jusqu'au 31 octobre 2018.

A SUIVRE Une boisson dans tous ses états

Pour ceux qui veulent assurer la pérennité de la tradition, toutes les idées sont bonnes à prendre.

Wasabi, haricots rouges, thé vert, hôji cha, etc. On ne compte plus le nombre de variétés de KitKat que l'on trouve au Japon. En l'espace de quelques années, la filiale japonaise du géant suisse Nestlé a réussi à faire de cette confiserie un produit phare auprès des Japonais, mais peut-être aussi et surtout auprès des touristes étrangers qui ramènent de leur séjour un petit goût du Japon. Avec un KitKat aussi original, on est certain de faire un tabac auprès de ses amis ou de ses collègues de travail qui ne manqueront pas de dire que les Japonais ont de l'imagination. Parmi les goûts les plus inattendus figure celui au saké. Lancé en 2016, il est aujourd'hui l'un des plus appréciés car il incarne on ne peut plus une saveur japonaise. Pour sa production, Nestlé Japon recourt à un saké de la préfecture de Toyama, dans le nord-ouest de l'archipel. Arrivée en 1973 au Japon, la mini-gaufrette chocolatée connaît une nouvelle existence depuis le lancement réussi, en 2000, de la saveur fraise. Grâce à cette innovation et la multiplication des nouveaux goûts, l'archipel est désormais le premier marché pour le KitKat dans le monde. Ses ventes ont augmenté de plus de 50 % depuis 2010, obligeant l'entreprise à ouvrir une seconde usine à Himeji, à l'ouest du pays, car celle de Kasumigaura, à une centaine de kilomètres au nord-est de Tôkyô n'était plus suffisante pour répondre à la demande croissante.

Pour réussir le lancement du goût saké, Nestlé Japon s'était associé, il y a deux ans, avec l'ancienne star du football nippon NAKATA Hidetoshi qui, depuis sa retraite footballistique, s'est pris de passion pour le saké. Désireux de *"devenir un meilleur Japonais"* comme il l'a récemment confié à la chaîne de télévision américaine CNN, l'ancien footballeur qui a fait une grande partie de sa carrière à l'étranger, notamment en Italie, a estimé que le saké représentait l'essence du Japon. Un choix qui confirme les propos de Nicolas Baumert dans son excellent essai *Le Saké, une exception japonaise* (éd. Presses universitaires de Rennes-Presses universitaires François-Rabelais, 2011, 20 €) selon lesquels *"boire le saké semble donc toujours un rituel, qui renvoie aux pratiques anciennes où il était la boisson des dieux. (…) Il y a un sens particulier qui renvoie à l'imaginaire de la boisson et à l'acte de boire ensemble, qui se confondent avec la perception collective d'une certaine forme de l'identité"*.



DR

L'ancien joueur de Parme est devenu un fervent défenseur du nihonshu.

NAKATA Hidetoshi entreprend un tour du Japon qui va le mener dans plus de 300 brasseries de saké. De cette rencontre avec les maîtres brasseurs, il retient l'importance du savoir-faire et la nécessité de le préserver. En partenariat avec la brasserie Takagi, située dans la préfecture de Miyagi, au nord-est de l'archipel, il crée son propre saké, N, comme d'autres auraient lancé leur parfum. Le saké est aujourd'hui sa raison d'être. Outre une ligne de verres pour déguster le breuvage divin, il a produit l'application Sakenomy (ios, android) dont la vocation est de servir de passerelle entre les producteurs et les consommateurs, notamment étrangers grâce à un outil de traduction qui permet de lire les étiquettes des bouteilles. L'ancienne star du ballon rond entend poursuivre son rôle d'ambassadeur de la culture japonaise. Tout est bon pour y parvenir, y compris en assurant le lancement de KitKat saveur saké.

GABRIEL BERNARD


MNAAG
Musée national
des arts asiatiques - Guimet
Meiji
SPLENDEURS
DU JAPON IMPÉRIAL
(1868-1912)
EXPOSITION
DU 17 OCTOBRE 2018
AU 14 JANVIER 2019
Musée national
des arts asiatiques – Guimet
6, place d'Iéna 75116 Paris
www.guimet.fr
Avec les prêts exceptionnels
de la collection Khalili
Liberté • Égalité • Fraternité
RÉPUBLIQUE FRANÇAISE
Ministère
Culture
The Khalili collections
Avec le généreux soutien
du musée d'Orsay
et de la Japan Fondation
JAPANFOUNDATION
Japonismes 2018
Partagez et commentez votre visite
#expomeiji
@museeguimet

DÉCOUVERTE Consommer le saké jusqu'à la lie

Le *sakekasu*, lie compactée issue du pressurage du saké, est aujourd'hui un produit très en vogue dans l'archipel.


Le sakekasu apparaît dans de nombreuses recettes pour les adoucir et leur apporter un goût de saké.

DR

Il n'y a rien à jeter lors de la fabrication du saké. Par exemple, la poudre de riz générée au cours du polissage est revendue pour la fabrication de galettes de riz. Les lies compactées issues du pressurage du saké sont appelées *sakekasu* et se présentent sous la forme d'une pâte beige et odorante.
Bien que le terme de *sakekasu* signifie "les restes du saké", ce produit est loin d'être déprécié. Riche en protéine, vitamines B1, B2, B6, fibres végétales, différents minéraux et acides aminés, les producteurs de saké sont les premiers à l'utiliser, en l'incorporant dans leur soupe ou dans les marmites, leur donnant ainsi une saveur douce et un léger parfum de saké. C'est l'ingrédient idéal pour supporter un labeur matinal dans le froid de l'hiver. On peut aussi le déguster tel quel, en le faisant légèrement griller, saupoudré d'un peu de sucre, ou l'utiliser en cuisine. Traditionnellement, il servait à mariner les légumes, à les conserver grâce à l'alcool qu'il contient, et à leur procurer des éléments nutritifs. Dans de nombreuses régions, on trouve des *tsukemono* (légumes en saumure), compagnons parfaits du riz ou du thé, dont le *sakekasu* sert de base à la marinade. Le *Narazuke*, de la région de Nara (voir *Zoom Japon* n°60, mai 2016) est ainsi très célèbre. Le *sakekasu* apporte également un parfum noble à la chair de poisson en marinade, appelée *kasuzuke* et appréciée comme plat raffiné.



Paquet de sakekasu.

DR

Le *sakekasu* existe tout naturellement depuis les origines de la production de saké au Japon. Déjà, dans le *Man'yôshu,* premier florilège de poèmes du VIIe-VIIIe siècle, il est fait mention d'une boisson à base de *sakekasu* dilué dans de l'eau chaude, nous laissant entrevoir la vie du peuple de l'époque. Les Japonais à l'ère d'Edo connaissaient les bienfaits du *sakekasu*, et l'appelaient *tenigiri sake* ou "saké que l'on peut prendre à la main", ou encore *sakebone* pour "arrêtes du saké". L'*amazake*, un "saké sucré" à base de *sakekasu* était alors une boisson populaire. Contrairement à nos jours où les Japonais le boivent surtout en hiver pour se réchauffer le corps de l'intérieur, à l'époque, le marchand d'*amazake* déambulait dans les rues surtout l'été, pour apporter aux citadins ce breuvage plein d'énergies, qu'ils dégustaient sous une chaleur torride. D'ailleurs le terme *amazake* est classé comme "mot d'été" par les auteurs de haïku, ces poèmes courts que MATSUO Bashô a popularisés. Le shogunat, connaissant les effets bénéfiques de l'*amazake*, en fixait un prix très bas pour que le peuple puisse s'en procurer.
Le vinaigre à base de riz est demeuré précieux pendant longtemps à cause de son ingrédient principal, mais le début du XIXe siècle a vu naître un vinaigre à base de *sakekasu* qui a favorisé le

développement de l'utilisation du vinaigre. Il est désormais communément utilisé pour préparer le riz à sushi.
Si aujourd'hui, et contrairement à la lie de raisin, le *sakekasu* est disponible partout au Japon, même dans les supermarchés, sa consommation a diminué depuis les années 1970, à cause des changements d'habitudes alimentaires. Les grands producteurs de saké ont alors commencé à revendre leur *sakekasu* pour la fabrication d'engrais ou d'aliments pour les animaux.
Mais le *sakekasu* connaît un regain de popularité ces derniers temps, avec la mode des produits fermentés en général. Les grands médias en vantent les effets sur la santé et la beauté de la peau… Aujourd'hui, il a le vent en poupe. On trouve toute une variété de *sakekasu* en vente sur Internet. Chaque producteur sort son *sakekasu* correspondant à la cuvée, dont le goût doit être différent selon la méthode de fabrication du saké. L'*amazake* est commercialisé par de nombreuses marques, en version chaude, froide, citronnée ou au gingembre, vendu dans les supérettes ou dans les distributeurs de boissons. L'*akazu*, vinaigre de *sakekasu*, presque disparu pendant la seconde moitié du XXe siècle, a fait son grand retour dans certains restaurants de sushi. On trouve également des produits dérivés, parfois étonnants : bonbons, gelato, gâteaux… jusqu'aux produits cosmétiques comme des crèmes, lotions, savons, masques… Les livres de recettes proposent, hormis dans les plats de cuisine japonaise, l'usage du *sakekasu* dans la préparation de *manjû* ou de pains (l'*anpan*, le pain aux haricots rouges était traditionnellement préparé avec du *sakadane*, une levure obtenue à partir de riz et de *kôji* comme pour préparer le saké). Le *sakekasu* cuit dégage une saveur proche du fromage qu'on peut incorporer dans des biscuits salés ou des plats gratinés. Prendre un bol de riz accompagné de légumes *narazuke* et de poisson *kasuzuke*, le tout arrosé avec un verre de saké : comble d'un repas composé entièrement à base de riz ?

SEKIGUCHI RYÔKO



DR

Pour répondre à l'engouement pour l'amazake, Morinaga propose un amazake pétillant.

Kazumi Kaneko

Le riz produit à Niigata est considéré comme le meilleur du pays.

EXPLORATION **Niigata, la terre promise**

La préfecture de Niigata abrite le plus grand nombre de brasseries avec quelque 90 établissements.

Il est 9 h 40 ce samedi-là, dans la ville portuaire de Niigata, bordée par la mer du Japon. Plantées devant le centre de convention Toki Messe, des files ininterrompues de personnes attendent avec frénésie l'ouverture du "*Sake no jin*", le plus grand salon de saké du Japon. Organisé depuis quinze ans, le festival propose de découvrir et de goûter les sakés produits par 85 des 90 brasseries de la préfecture de Niigata, soit la fine fleur du *nihonshu*. Lorsque les portes d'entrée du Toki Messe s'ouvrent, c'est en courant que les premiers festivaliers, qui ont parfois attendu plus de deux heures, atteindront les stands des producteurs, rompus à l'événement. Sur les deux jours, ces derniers verront défiler 130 000 visiteurs et le célèbre breuvage japonais coulera à flot dans une ambiance de fête très arrosée.

A Niigata, où l'hiver rigoureux et enneigé règne six mois de l'année, on dit qu'un tel climat est primordial pour mériter un bon saké. L'emblématique boisson japonaise *"est l'harmonie parfaite entre le riz et l'eau,* rappelle KITAZAWA Akiko, porte-parole de la brasserie historique Imayo Tsukasa. *Le savoir-faire réside dans le choix du riz, son degré de polissage, la qualité de l'eau utilisée et la maîtrise de la fermentation."* Et c'est tout. La clé de la noblesse de la boisson est son polissage : plus le grain de riz est poli, plus le saké devient précieux et délicat. Et c'est justement sur ce point que Niigata a tout misé depuis déjà bien longtemps.

Dans la préfecture où l'on consomme le plus la boisson au Japon (12,4 litres par habitant), le saké est un trésor. On le chérit et on s'enorgueillit de lui avoir offert ses lettres de noblesse qui lui offrent un vrai regain de popularité aujourd'hui. *"Au début des années 1970, c'était vraiment le pic du marché du saké dans tout l'archipel,* rappelle ODAIRA Shunji, président des brasseurs de saké de Niigata. *Au lendemain de la guerre, la famine faisant rage, la production a été complètement arrê-*

tée : il fallait garder le riz pour se nourrir. Quand on a pu recommencer à confectionner cet alcool, ce fut la fête !" Puis progressivement, face à la concurrence du vin, de la bière ou même du *shôchû* (alcool distillé notamment à partir de patate douce), les Japonais boudent le saké qu'ils trouvent désuet. A Niigata, *"la consommation s'est toujours maintenue,* précise ODAIRA Shunji. *Le pic de consommation s'est fait plus tardif et a même atteint son sommet en 1998."* La préfecture innove avec des méthodes de fabrication uniques et se démarque, atteignant les meilleures places des classements, au même titre que le Kansai (la région d'Ôsaka et de Kyôto), autre région productrice de saké d'excellence.

Selon ODAIRA Shunji, la raison de ce succès est avant tout la qualité du riz utilisé, cultivé localement, considéré comme l'un des meilleures que l'on puisse trouver dans le pays. Ensuite, le choix d'un polissage plus important afin d'obtenir un goût plus noble et plus sec. Ce que les habitants surnomment le *"Niigata Tanrei"*. *"Depuis une trentaine d'années, nous avons pris le parti de miser sur un éventail de savoir-faire qui favorisent la production de sakés de grande qualité et aujourd'hui, ce sont eux qui se vendent le plus. Les Japonais consomment certes moins de saké en quantité, mais ils sont prêts à investir davantage dans des qualités supérieures."* La classification des catégories de sakés s'accorde au degré de polissage du grain de riz, le cœur étant la partie la plus concentrée en amidon. Le riz d'entrée de gamme, le *junmai shu*, est poli à 70 % ou plus. Pour le saké dit *tokubetsu-junmai-shu,* on utilise du riz poli à 60 % ou plus. Pour le *junmai ginjô-shu*, moins de 60 %. Et enfin pour le meilleur, le *junmai daiginjô*, il s'agira de riz poli à 50 % ou moins.

"Pour certains de nos sakés, nous sommes descendus jusque 35 % de polissage des grains de riz", précise KITAZAWA Akiko alors qu'elle entre dans les salles de confection de la brasserie où elle travaille. La maison Imayo Tsukasa se dresse en plein cœur de la ville de Niigata. Fondé en 1767, l'établissement est une institution dans l'archipel et impose le res-

Kazumi Kaneko

Les rizières occupent une grande partie du paysage.

Kazumi Kaneko

Implantée au cœur de la ville de Niigata, la brasserie Imayo Tsukasa a été fondée en 1767.

pect à celui qui franchit la majestueuse porte d'entrée. Très vite, les effluves de riz et le parfum du bois, qui compose entièrement le bâtiment, chatouillent les narines. *"Une légende raconte que la brasserie Imayo Tsukasa était autrefois lovée dans une montagne toute proche, sans que personne ne sache où exactement,* poursuit la porte-parole de la brasserie. *Elle a déménagé ici durant l'ère Edo, puis s'est agrandie autour de cette structure en bois."* Tout au fond de la brasserie, un petit autel trône sur une mezzanine accessible par une échelle abrupte. *"C'est ici que nous venons prier le dieu du saké dont le temple se trouve à Nara",* confie-t-elle. Une faible fluctuation de température peut mettre en péril tout le processus de fermentation et ainsi la production de l'alcool. Cela explique qu'on prie pour que tout se passe bien et que le goût soit parfait lors de la mise en bouteille. A Niigata, plus qu'un savoir-faire ancestral, le saké est une religion. Et ce n'est pas OBATA Rumiko qui dira le contraire. Héritière de la brasserie Obata Shuzô qui produit le célèbre saké Manotsuru, elle est la seule femme à diriger un établissement de ce type dans la préfecture. Présente au " Saké no jin", un large sourire aux lèvres, elle est sur le terrain pour faire déguster le cru de sa famille aux visiteurs. Son regard bienveillant trahit une fierté certaine de représenter l'île de Sado dont elle est originaire et un caractère bien trempé. Au début, elle ne se destinait pas du tout à ce métier difficile. *"J'ai fait des études dans la communication et le cinéma dont je suis passionnée,* explique-t-elle. *J'ai mené ma carrière, à Tôkyô, jusqu'à mes 28 ans. Puis mon père est tombé malade brutalement. J'ai eu peur, je me suis rendue compte que sa vie n'était pas éternelle."* Elle est alors rentrée à Sado dans le but de

reprendre la brasserie de sa famille fondée en 1892. Aujourd'hui, son père se porte comme un charme et elle ne regrette pas son choix une demie-seconde.

"Nous avons repris une technique ancienne de production à partir de coquilles d'huîtres que nous utilisons pour le transport de l'eau, sourit-elle. *Nous prenons grand soin de notre environnement et de nos matières premières : ainsi et seulement ainsi peut naître le vrai saké."* Au large de Niigata, la silhouette des montagnes de Sado se dessine : sur ses terres agricoles et ses rizières à perte de vue, on aperçoit le *toki* voler, l'ibis du Japon, fameux emblème de la préfecture et espèce en voie de disparition. La dépopulation fait néanmoins rage sur ce petit paradis qui ne compte plus que cinq brasseries de saké pour une petite centaine autrefois. *"Il y a quelques années, l'école primaire a fermé ses portes : un lieu magique où l'on peut observer le plus beau coucher de soleil du Japon."* OBATA Rumiko a réinvesti les lieux, en 2010, pour y installer une seconde brasserie, puis a fondé une école, en 2014, où sont organisés des séminaires de formation. Confectionner cette boisson, *"c'est comme s'occuper d'un bébé"*, compare-t-elle. *"C'est important de poursuivre la transmission d'un savoir-faire."* D'autant plus qu'Obata Shuzô utilise des méthodes de savoir-faire traditionnelles où le riz est brassé à la main, pressé à l'ancienne *"dans des sacs que l'on suspend au plafond"*. Elle aussi se frotte au polissage à 35%. *"C'est un saké avec une personnalité hors-du-commun. Le boire, c'est comme rencontrer une femme que l'on aurait envie de voir et de revoir encore."*


Kazumi Kaneko

Les sept sakés sélectionnés par Guy Martin pour apparaître sur la carte de son restaurant parisien.

Très tournée vers l'international, OBATA Rumiko propose désormais ses bouteilles dans 14 pays dont les Etats-Unis, Singapour ou la Corée. En Europe, si la population confond encore trop facilement le très fort alcool de riz chinois servi dans les pseudo restaurants à sushis avec le saké délicat que l'on déguste au Japon, des connaisseurs œuvrent à faire découvrir la boisson aux palais novices. A l'instar, du chef étoilé, Guy Martin, qui propose depuis le printemps les breuvages de sept maisons de saké de Niigata à la carte de son grand restaurant, deux étoiles au Guide Michelin. Le chef du Grand Véfour qui a *"voyagé plus de 100 fois au Japon"* est séduit par ce *"pays qui prend aux tripes."* Converti au saké, celui de Niigata en particulier, il a lui-même choisi les sept sakés qui sont proposés sur sa carte parisienne. Selon leur consistance en bouche, qu'il soit plus sec ou plus doux, Guy Martin les marie volontiers avec du foie gras, du carpaccio de Saint-Jacques, des huîtres ou encore avec des desserts à base de chocolat, de pommes ou d'agrumes. *"Je suis intimement persuadé que nous parlerons bientôt de grands crus de sakés au même titre que le vin. Et ce, dans le monde entier"*, affirme-t-il.

ODAIRA Shunji acquiesce. Pour lui, l'avenir du saké se trouve dans cette quête de qualité toujours plus grande. Pour cette raison, il est en train de mettre en place un partenariat avec l'université de Bordeaux et l'université de Niigata accueille depuis le printemps une spécialité saké dans ses formations diplomantes. *"Nous voulons créer une œnologie du saké comme cela existe en France avec le vin. La spécialisation permettra de pousser encore davantage ce caractère exceptionnel"*, assure-t-il. Pour autant, il ne sera pas question de pousser les ventes outre mesure. *"Niigata compte beaucoup de brasseries, mais il s'agit de petits établissements familiaux qui ne produisent assez peu en quantité : il s'agit avant tout de maîtriser et de transmettre ces méthodes de confection complexes qui permettront d'obtenir un goût toujours plus parfait. Léger, doux mais riche à la fois."* L'alliance ultime du riz et de l'eau.

JOHANN FLEURI



S'Y RENDRE

AU DÉPART DE TÔKYÔ, empruntez le Jôetsu Shinkansen au départ de la gare de Tôkyô ou d'Ueno. Comptez entre 90 mn et 120 mn de trajet en fonction du train. Plusieurs départs par jour.

LA BRASSERIE IMAYO TSUKASA organise des visites guidées quotidiennes et gratuites de son établissement (toutes les heures à partir de 9h). Elle se situe à 15 mn à pied de la gare (sortie Bandai).

1-1 Kagamigaoka Chûô-ku Niigata 950-0074

http://imayotsukasa.co.jp/en/

ZOOM ANNONCES

cours

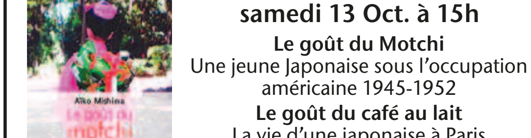
IMOTO SEITAI FRANCE - MÉTHODE JAPONAISE AUTHENTIQUE DE SOINS ET D'EXERCICES D'AJUSTEMENT POSTURAUX
À Paris : Formation à l'année, Cours découverte et Week-ends Séminaire ouverts à toutes et à tous quel que soit son âge et ses objectifs. Centre affilié à l'Institut Imoto Seitai de Tokyo «Honbu Dojo». Soins personnalisés auprès de monsieur Olivier LAHALLE. Retrouvez toutes les informations sur www.imoto-seitai.fr
Contact : info@imoto-seitai.fr / 06 33 48 86 30

●**Pour les enfants pendant les vacances scolaires :**
- Atelier manga
- Cours de japonais
- Stage de cuisine japonaise
Informations et réservations : www.espacejapon.com

emplois

● **Recherche serveur(se)** ayant des compétences en coréen en temps partiel ou temps plein pour un restaurant coréen dans le quartier Opéra (75002). Veuillez nous contacter et envoyer votre CV à M. Kim à daunoux@gmail.com

événements



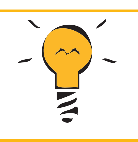
Dédicace de Akiko Mishima
samedi 13 Oct. à 15h
Le goût du Motchi
Une jeune Japonaise sous l'occupation américaine 1945-1952
Le goût du café au lait
La vie d'une japonaise à Paris
Librairie Junku
18 Rue des Pyramides 75001 Paris
www.junku.fr



logements

●**2p. meublé** dans immeuble de standing et sécurisé à Puteaux proche Bus, tram, RER avec parking. 1260€CC 06 16 89 46 11 ou cabinet@fourtanier-avocats.com

●**UNE ADRESSE DE PRESTIGE** TRES BEAU BUREAU PROFESSIONNEL LOCATION DES BUREAUX EQUIPES Situé rue FINLAY 75015 FACE TOUR EIFFEL et proche du métro et commerces. Nous avons 3 bureaux disponible immédiatement. Bureau 1: 30m² 1750€ possibilité location 3 mois minimum. Bureau 2: 17m² 1100€ possibilité location 3 mois minimum. Service inclus dans le prix: tables, fauteuil, salle d'accueil, ménage quotidien Pas de cuisine. Entrée sécurisée vidéo surveillance Pour tout renseignement merci de nous contacter directement Yvonne SIMON 06 70 28 59 32 ou 09 67 74 26 95



divers

●**Les kimonos**, et tous les accessoires et les Haorris en vente. www.kimonoaparis.com

●**Maux de tête chroniques**
【Soft Seitai spécial maux de tête】 70€ pour la 1ère séance de 80min
【Offre satisfait ou remboursé】 Si vous ne sentez pas d'efficacité, nous vous remboursons la totalité des frais. Pour plus d'informations : 07 69 96 87 18
Kanda Seitai Paris 14ème






















28 nov. / 02 déc. 18

Le salon du Do It Yourself

> Paris Expo Porte de Versailles Halls 5.2 & 5.3

la Vie est Belle



creations-savoir-faire.com #SalonCSF









NHK WORLD JAPAN

Know, 知 愛 Love, Aichi

De par sa situation géographique, la préfecture d'Aichi occupe une place centrale au Japon. En octobre, NHK WORLD-JAPAN vous invite à découvrir ses paysages, sa cuisine, sa culture et ses habitants. Connaître Aichi, c'est l'aimer !

www.nhk.or.jp/nhkworld/aichi/

Dining with the Chef
Recettes d'Aichi
vendredi 26 octobre
22h30

CYCLE AROUND JAPAN Highlights
Aichi: au cœur de l'artisanat japonais
jeudi 25 octobre 22h30

#TOKYO
#NAGOYA
samedi 20 & 27 octobre
20h10

J-Trip Plan
Un haut lieu de la céramique près de l'aéroport de Chubu et conseils de shopping au supermarché
lundi 29 octobre 21h30

NHK WORLD-JAPAN est une chaîne en anglais disponible sur :



canal 473



canal 244



canal 358



canal 548



canal 264

En direct sur le web et l'appli gratuite :
nhk.jp/world

